

# ホテル・リゾート

## 市場環境

### リスク

- インバウンド急回復によるオーバーツーリズムの発生
- 各種物価・水光熱費の高騰に起因する運営コストの増加

### 機会

- 日本の観光資源に対する国内外からの高い評価
- 訪日外国人数の急回復およびさらなる増加への期待

## 競争優位性

- 三井ガーデンホテル会員数 **80万人超**<sup>※1</sup>
- 直営客室数約 **13,300室(国内外)**<sup>※1</sup>
- ラグジュアリーから宿泊主体型まで  
多様な顧客ニーズに合わせたホテル・リゾート14ブランドの展開
- グループ内商品連携によるシナジー発揮  
(シェアオフィス「ワークスタイリング」との連携、商業テナント  
リレーションを活かしたレストランテナント誘致、  
当社グループ各会員組織との連携等)

※1 2023年8月末時点

## 事業戦略

- 「滞在する場」の提供による「働く」「住む」等の新たな需要<sup>※2</sup>の取り込み
- 会員組織<sup>※3</sup>のサービス拡充等によるロイヤルカスタマーの拡大・深化
- 国内外富裕層向けのラグジュアリー施設展開によるブランド力強化

※2 テレワーク、短期居住、病院療養・付き添いによる滞在ニーズ等  
※3 MGH Rewards Club等

## 優良なポートフォリオ

物件数・客室数(海外含む)

**53施設 約13,300室** (2023年8月末時点)

### 多様な顧客ニーズに応えるブランド

#### 宿泊主体型ホテル



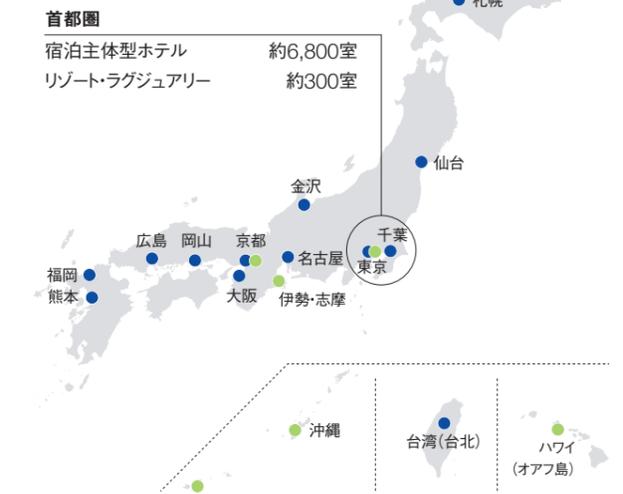
#### リゾート・ラグジュアリー



## 国内外の主要都市・観光地におけるホテル・リゾート展開(約13,300室)

当社ホテル・リゾート施設 展開エリア (2023年8月末時点)

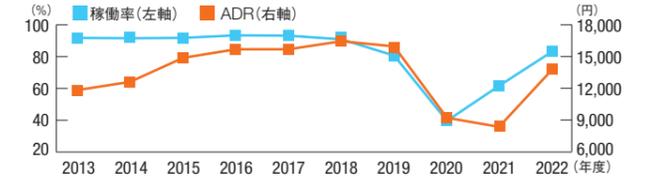
- 宿泊主体型ホテル
- リゾート・ラグジュアリー



### 宿泊主体型ホテル エリア別室数<sup>※1</sup>

	室数	割合
合計	11,200	84%
東京	5,400	41%
首都圏(東京除く)	1,400	11%
京都	1,300	10%
大阪	300	2%
その他	2,800	21%

### 稼働率と平均客室単価(ADR)(宿泊主体型ホテル<sup>※2</sup>)



### リゾート・ラグジュアリー エリア別室数<sup>※1</sup>

	室数	割合
合計	2,100	16%
東京	300	2%
沖縄	500	4%
国内その他	600	5%
ホノルル	700	5%

※1 100室単位(2023年8月末時点) ※2 「東京ドームホテル」を除く

## 今後の開発パイプライン

客室数(海外含む) **約1,000室** うち宿泊主体型ホテル**約800室**、リゾート・ラグジュアリー**約200室**

(2023年8月末時点)

## TOPICS

フォーブス・トラベルガイドによる最高評価(5つ星)を2年連続受賞

当社リゾート・ラグジュアリーホテルは、高いホスピタリティの提供に尽力し、ESG、DXなどの新たな取り組みも行ってまいります。これらが評価され、「ハレクラニ沖縄」と「HOTEL THE MITSUI KYOTO」では、世界的に権威のある「フォーブス・トラベルガイド」のホテル部門における最高評価(5つ星)を2年連続で受賞しています。今後も、国際水準の高いサービスと日本ならではのきめ細かなおもてなしで、国内外のお客様をお迎えしてまいります。



## TOPICS

食品ロス削減に向けた取り組みを加速

当社グループでは、運営ホテルにおける食品ロス削減のため、フードシェアリングサービス「TABETE」の導入を順次開始しています。このサービスは、朝食ビュッフェ等で残った食材やパンを、当社の食品衛生管理要領を遵守したうえで再加熱調理を行い、株式会社コーキングが運営するアプリ「TABETE」アプリ内にて販売する取り組みです。

また、ビュッフェ提供を行うすべてのレストランで、適量分の料理取り分けをレストラン利用者に呼び掛ける啓発活動を行っています。



TABETE で販売している「ランチボックス」(一例)